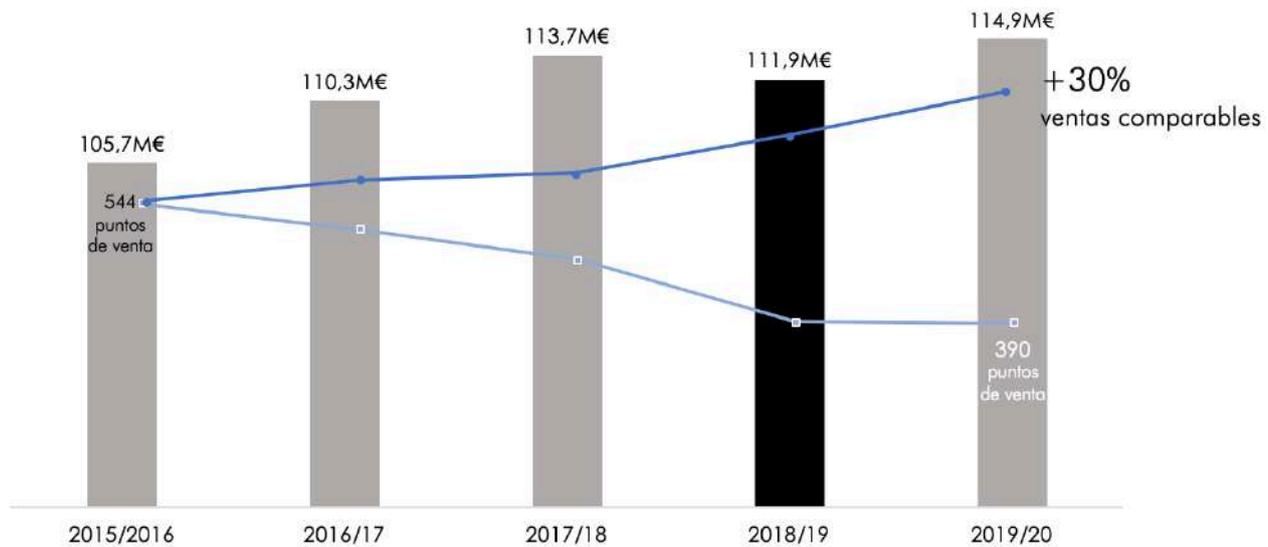


RESULTADOS EJERCICIO 2019/20

Adolfo Domínguez duplica resultado operativo y alcanza los 115 millones en ventas

- La firma lanza un proyecto de inteligencia artificial, adaptado a sus clientes
- Las ventas totales crecen un 2,6% y la venta 'online' aumenta un 24,5%

Evolución de las ventas totales, ventas comparables y del nº de puntos de venta de la red comercial*
 Datos en millones de euros, variación interanual y en puntos de venta



*Datos de puntos de venta al final de cada ejercicio

Fuente: elaboración propia. Datos no auditados

19 de junio de 2020. El grupo Adolfo Domínguez cierra el ejercicio 2019/20 (marzo 2019-febrero 2020) con una facturación de 115 millones de euros, un 2,6% más que el año anterior y un aumento de ventas comparables del 5,9%. La compañía completa el ejercicio por segundo año consecutivo con resultado operativo (Ebitda) positivo, que se sitúa en +11,3 millones de euros a 29 de febrero de 2020 una vez aplicadas las nuevas normas contables (NIIF16). Sin aplicar la NIIF 16 la compañía habría presentado un Ebitda de +2,2 millones, duplicando el resultado operativo del ejercicio anterior.

Las cuentas presentan el mejor Ebitda de los últimos nueve años, así como la mejor cifra de ventas desde el ejercicio 2015/16, lograda con 154 puntos de venta menos y un aumento de las ventas comparables a tipo de cambio constante del 29,9%.

El resultado antes de impuestos de la firma se sitúa en +0,7 millones de euros antes de la aplicación de la nueva normativa contable, aunque la compañía ha optado, desde un principio de prudencia y transparencia, por retirar de su balance los activos por créditos

Comunicación Adolfo Domínguez

manuelvsola@puntoga.com / maria.bragado@puntoga.com

986 11 9298 / 628 274 100 / 647 79 11 05

fiscales siguiendo las consideraciones publicadas por la Autoridad Europea del Mercado de Valores (ESMA por sus siglas en inglés) y contabilizar un resultado neto atribuido consolidado de -8,3 millones de euros.

La firma de moda de autor ha crecido en ventas en todos los mercados (390 tiendas en 22 países) en los que opera durante el ejercicio 2019/20. Las ventas comparables miden la mejoría de la facturación a mismo número de tiendas (sin tener en cuenta aperturas, cierres, reformas) de la compañía. Las ventas comparables experimentan su mayor aumento en México (+9,5%), Japón (+9%), seguidos por Europa (con España como mercado principal), donde suben un +4,9%.

En España, el crecimiento de las ventas comparables entre enero-diciembre de 2019 triplica al del sector, según datos de la Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos (Acotex), con un aumento del 3% frente al 1% de crecimiento medio del sector.

Proyecto propio de inteligencia artificial

La firma de moda de autor lanza un proyecto propio de inteligencia artificial (IA) que permite seleccionar las prendas y complementos, adaptados a cada cliente, y enviarlos a su casa sin hayan tenido que probárselos o entrar en una tienda. El proyecto de I+D+i, denominado *ADN*, es el primero de estas características desarrollado por una marca europea de moda. *ADN* ha sido desarrollado durante un año por un equipo de expertos en tecnología y estilismo. Adolfo Domínguez ha contado como proveedor de desarrollo con grupo español de tecnología AIA, especialista en soluciones basadas en algoritmos e inteligencia artificial y agencias espaciales públicas, como la Nasa.

ADN integra un algoritmo de IA y un equipo de *personal shoppers* que asesoran a sus clientes. El programa y cada estilista seleccionan las prendas y complementos para cada cliente, que las recibe en su casa para poder probarlas y decidir su compra. El *online* sigue siendo una de las palancas de crecimiento de la firma con un aumento de sus ventas del 24,5% en el ejercicio 2019/20 respecto al año anterior.

Refuerzo comité dirección

El grupo de moda de autor ha reforzado durante el último año su comité de dirección con el nombramiento de cuatro nuevos ejecutivos: José Carlos Lorenzo García, procedente de Amazon, como director corporativo Comercial; Manuel Garrido Haz, procedente de Sociedad Textil Lonia (STL), como director Financiero y de Organización Corporativa y la promoción interna de Carlos Arjiz García como director de Comunicación y *Visual Merchandising*; y Miguel Vázquez Caride como director de Tecnologías de la Información. El comité de dirección liderado por Antonio Puente como director general está integrado en un 54% por mujeres. El 80% de la plantilla de la firma de moda de autor está formada por mujeres, con una brecha salarial positiva del 1,5%.

Adolfo Domínguez emplea a más de 1.000 profesionales y está presente en 22 países con 390 puntos de venta.

Comunicación Adolfo Domínguez

manuelvsola@puntoga.com / maria.bragado@puntoga.com

986 11 9298 / 628 274 100 / 647 79 11 05

PERFILES

José Carlos Lorenzo García (Madrid, 1983) es el nuevo director Corporativo Comercial del grupo Adolfo Domínguez con responsabilidad sobre las 390 tiendas del grupo en 22 países. Lorenzo es experto en gestión de puntos de venta y en implantación de sistemas tecnológicos de mejora de la atención al cliente y seguimiento de las ventas. Se incorporó a Adolfo Domínguez en 2019 como director de filiales, procedente de Amazon, donde era responsable del área de compras.



Manuel J. Garrido Haz (A Coruña, 1970) es el nuevo director Financiero y de Organización Corporativa del grupo Adolfo Domínguez tras más de dos décadas de experiencia en el ámbito de la gestión financiera, organización y mejora de procesos. Antes de su incorporación a la firma de moda de autor, ocupó el cargo de director Financiero de la Sociedad Textil Lonía SA, así como vicepresidente de la filial del grupo en Estados Unidos.



Carlos Arjiz García (Ourense, 1977) es director de Comunicación y *Visual Merchandising* de Adolfo Domínguez, departamentos que lidera desde 2018. En los últimos dos años ha impulsado las campañas corporativas de la firma *Sé Más Viejo, Piensa. Luego Compra* y *Ropa Vieja* que cristalizan la apuesta de la compañía por un nuevo modelo de consumo. Como director de Comunicación es responsable de la comunicación offline y online de la compañía, así como en los puntos de venta.



Miguel Vázquez Caride (Ourense, 1970) es el nuevo Director de Tecnologías de la Información de Adolfo Domínguez. Especializado en el ámbito de las telecomunicaciones y la gestión de operaciones, durante los últimos 20 años Vázquez Caride ha liderado proyectos tecnológicos para compañías de sectores tan diversos como la formación, telecomunicaciones o el textil.

Comunicación Adolfo Domínguez

manuelvsola@puntoga.com / maria.bragado@puntoga.com

986 11 9298 / 628 274 100 / 647 79 11 05